



Die BayWa AG – neuer Hauptsponsor des FC Bayern München Basketball – bekommt Verstärkung von der Münchner Kommunikationsagentur brands and emotions

München, 3. September 2014 - Wie jüngst bekannt gegeben, ist die BayWa AG neuer Hauptsponsor des frisch gekürnten Deutschen Meisters FC Bayern München Basketball und wird durch die Kommunikationsagentur brands and emotions GmbH unterstützt. Die renommierten Kommunikationsexperten und Sponsoringprofis aus München sind nun verantwortlich für die strategische Ausrichtung des Sponsorings der BayWa AG und der Umsetzung des Engagements beim FC Bayern Basketball. Dass dies durchaus sehr erfolversprechend sein wird, zeigt etwa die Tatsache, dass brands and emotions im letzten Jahr bereits mit dem Internationalen Sponsoring Award in der Kategorie Sport-Sponsoring mit ihrer Tätigkeit für die AUDI AG beim FC Bayern Basketball ausgezeichnet wurde.

Die BayWa AG ist mit den Kerngeschäftsfeldern Agrar, Energie und Bau ein global agierendes Handelsunternehmen mit fast 17.000 Mitarbeitern, das im vergangenen Jahr einen Umsatz von rund 16 Milliarden Euro erwirtschaftete. brands and emotions mit Sitz in München wird das Unternehmen von nun an in Sachen Marketingkommunikation und strategische Ausrichtung sowie Sponsoring unterstützen.

Die Münchner Agentur ist spezialisiert auf die Entwicklung und Steuerung komplexer Kommunikationsprojekte im Bereich der emotionalen Markenkommunikation. Die beiden Gründer und Geschäftsführer von brands and emotions, Rüdiger Ohl und Frank Kampp, agieren seit über 18 Jahren erfolgreich für nationale und internationale Marken. Sie konnten für diverse Kunden schon mehrere Internationale Sponsoring Awards gewinnen. So sind sie in diesem Jahr erneut mit dem Laureus Projekt „Schuhe für Rio“ mit Laureus Academy Mitglied Franz Beckenbauer und in der Kategorie „Agentur des Jahres“ nominiert. brands and emotions setzte sich im Rahmen eines mehrstufigen Screening- und Pitchprozesses der Roth Observatory International als neue Agentur durch und wird als erste Aufgabe gemeinsam mit der Klassik-Agentur 19:13 aus München die Aktivierung des FC Bayern Basketball-Engagements durchführen. Damit knüpft brands and emotions an eine Serie gelungener Projekte und Kundenbeauftragungen an.

So inszenierte brands and emotions bereits zu Beginn des Jahres im Rahmen der Olympischen Spiele in Sotschi den ersten lebenden Medaillenspiegel der Welt für die Volkswagen Group RUS. Dreimal am Tag präsentierten über 60 Tänzer im Olympischen Park vor einer 540 Quadratmeter großen LED-Wand die aktuellen Veränderungen im Medaillenspiegel. Darüber hinaus setzte die Agentur diverse Aktivierungsmaßnahmen rund um die Laureus World Sport Awards in Kuala Lumpur und den diesjährigen Mc Donald's Cup 2014 in Nürnberg um. Jüngst begleitete brands and emotions die Audi FC Bayern Summer Tour im Rahmen der Sommervorbereitung des Rekordfußballmeisters in New York und Portland in den USA.

Rüdiger Ohl und Frank Kampp, Geschäftsführer von brands and emotions, sind überzeugt von einer erfolgreichen Zusammenarbeit mit BayWa: „Wir freuen uns, die BayWa AG in ihren Marketingkommunikationsaktivitäten begleiten zu dürfen und danken ihnen für ihr Vertrauen in unser instrumentenunabhängiges Konzeptions-Know-How und unsere langjährige Konzern-Expertise. Wir haben uns zum Ziel gesetzt, die anvisierten Ziele des „Hidden Champion“ mit kreativen und strategisch sinnvollen Maßnahmen zu unterstützen und würden uns freuen, wenn wir Ähnliches gemäß dem Erfolg für andere Kunden beisteuern können.“



brands and emotions ist eine international tätige, inhabergeführte Kommunikationsagentur, spezialisiert auf instrumentenunabhängige Kommunikation und deren strategische Entwicklung sowie professionelle Projektierung und Umsetzung. Einen Schwerpunkt stellt das Emotional Brand Boosting für nationale und internationale Marken sowie das Handling komplexer Kommunikationsprojekte dar. Die Agentur wurde 2011 gegründet, aktuell sind knapp 35 Mitarbeiter beschäftigt.

Die Gründer und Geschäftsführer von brands and emotions, Rüdiger Ohl und Frank Kampp, greifen auf ein langjähriges Agentur- und Konzern-Know-How zurück.

Rüdiger Ohl ist seit fast zwei Jahrzehnten erfolgreich in führenden Positionen im Marketing- und Kommunikationsbereich tätig und als Spezialist für die strategische Entwicklung und Umsetzung komplexer, internationaler Kommunikationsprojekte bekannt. Er greift auf eine langjährige Erfahrung als Key Account Manager und Geschäftsleitung für zahlreiche internationale Marken wie z.B. Mercedes-Benz, Payback, Coca-Cola, Deutsche Telekom bei der renommierten Agentur Schmidt und Kaiser GmbH zurück, wo er diverse Benchmarkprojekte im Markt wie z.B. die Laureus World Sports Awards, das Mercedes-Benz Fußball Nationalmannschaftsengagement und den Einstieg in den Fashion-Bereich und diverse Fahrzeug Markteinführungen sowie Olympia-, WM- und EM-Aktivierungen verantwortete und entscheidend mitprägte. Außerdem war er drei Jahre Geschäftsführender Gesellschafter und Mitbegründer der Agentur Ledavi und entwickelte in dieser Zeit die innovative, globale Kommunikationsplattform Audi Cup. 2011 gründete er brands and emotions gemeinsam mit Frank Kampp mit dem Ziel, das umfangreiche Know-How über das Handling komplexer Kommunikationsprojekte in ein neues Agenturmodell zu überführen. Die von ihm betreuten/verantworteten Projekte Laureus World Sports Award (2001), Payback Olympia Aktivierung (2004), Mercedes-Benz Fashion Engagement (2006), Deutsche Telekom FC Bayern München (2007), Laureus Sport for Good (2008), Audi Cup (2009) und Audi FC Bayern Basketball (2011) wurden mit dem begehrten Internationalen Sponsoring Award ausgezeichnet.

Frank Kampp arbeitet bereits seit 17 Jahren erfolgreich in richtungsweisenden Bereichen der Marketing-, Sportmarketing- und Kommunikationsbranche. Während seiner Zeit bei der AUDI AG war er als Sponsoring-Manager tätig und entwickelte u.a. die Kommunikations- und Experience-Plattformen für die 24-Stunden-Rennen von Le Mans, den Ski Weltcup Kitzbühel und den Audi quattro Cup. Als Marketingleiter der Stadt München verantwortete er die gesamten lokalen Aktivitäten anlässlich der Fußball Weltmeisterschaft 2006, vom FIFA Fan-Fest bis zur neu entwickelten Kommunikationskampagne der Landeshauptstadt. Mit der von ihm gegründeten und geführten Agentur Die_Favoriten Zwei etablierte er erfolgreiche Formate im Sponsoring- und Eventbereich für Automobil und Konsumgüter. Als Geschäftsführer von brands and emotions war er maßgeblich beteiligt an der Umsetzung des Audi Cups und arbeitete für die Volkswagen Group RUS während der Olympischen Winterspiele in Sotschi 2014.

Weitere Informationen unter: www.brandsandemotions.com